

世界初のピアノシューズ 製造面・販売面での支援で発売開始

会社名 リトルピアニスト (茨城県)

2014年4月に創業、これまで存在しなかったピアノ演奏用の靴「ピアノシューズ」を代表者自らが開発し、2015年6月から全国の大型楽器店及びショッピングサイトで新商品を販売展開する。

1. 相談のきっかけ

・代表者は、ピアノ演奏中の娘がペダルを踏みづらそうにしている姿を見て、ペダルが踏みやすいピアノシューズを開発すれば、娘と同様の悩みのあるような顧客ニーズを捉えてビジネスにできると考え、新商品の特許を取得し、製造委託先を探しながら試作を進めていた。

・何とか事業化したい思いがあったが、製造面・販売面の準備が思うように進まなかった。

・そんな折、金融機関主催の展示商談会の中で当拠点の出張相談ブースに立ち寄り相談することとなった。

2. 課題整理・分析

1. 製造面での課題

試作を早期に完了し、計画どおりの品質・納期・コストに基づいた商品供給体制を確立する必要があった。

2. 販売面での課題

・商品力が高く、量産化と販路の確保ができれば、優れた事業になると判断した。

・今後予定されるネットショップ開設の他に、広告宣伝、実店舗での販路開拓、新商品の販売価格設定が必要であった。

3. 解決策の提案

1. 製造面に詳しいSCoの知識・人脈を活用しながら、機能と外観の製造品質向上策を協議。コストを明確化するため、原価見積り手法を提案。在庫管理方法も提示し、確実な商品供給体制構築を勧めた。

2. 販売面では、市場調査を実施しその結果を考慮した適切な販売価格設定を提案。引き合いがあった楽器店との取引開始にあたっての商談もアドバイス。さらにインターネット広告の費用対効果も協議した。

Little Pianist



4. 成果

(成果)

・商品の量産化と販路(国内最大の楽器小売店、他)の確保が実現。発売以降1ヶ月で60足程度を販売し、販売計画どおりに事業が進んでいる。

・新規性がある商品であることに加え、マスメディアでのパブリシティ(テレビ取材、ウェブサイトでのニュース記事掲載など)やインターネット広告を通してピアノ業界での知名度も上がり、商品販売を希望する楽器店からの引き合いも増えている。

(成果の要因)

・事業者は行動力があり、実施すべきことが明確になれば、試行錯誤しながらも次々に実行する強みがあるため、事業者がすぐに実行に移せるような、拠点の具体的な提案・助言が成果につながっている大きな要因である。

<支援者の声>

よろず支援拠点に相談していなかったら、どうなっていたでしょうか？ 相談に乗っていただいたことは、幸運の1つだと思っています。他機関も含めご支援いただいたことが大きな支えになりました。今のリトルピアニストがあるのは、皆様の支援があったからこそです。

倉知代表



ピアノ演奏



ピアノシューズ